



## Pressemitteilung

### **Alien gesucht! kabel eins startet große digitale Schnitzeljagd**

**Unterführung, 11. Mai 2010** - Ein Alien steht im Walde... Oder doch eher im Industriegebiet? Im Norden oder im Süden Deutschlands? Findig sein, Nadel in die Deutschlandkarte setzen und jede Menge Geld kassieren - denn wer bei der großen digitalen Schnitzeljagd von kabel eins den Aufenthaltsort eines versteckten Aliens nennen kann, gewinnt 50.000 Euro. Gemeinsam mit dem Partner Microsoft startet kabel eins auf [www.aliengesucht.de](http://www.aliengesucht.de) eine innovative Online-Aktion, die vom 12. Mai bis 10. Juni - parallel zu der großen Science-Fiction-Programmmoffensive - kabel eins Zuschauer und Facebook-Freunde zu Alien-Jägern macht. Die Spielregeln sind einfach: unter [www.aliengesucht.de](http://www.aliengesucht.de) mit Hilfe von Facebook Plattform einloggen und pro Spieltag eine Nadel in die Deutschlandkarte setzen. Hinweise zum Aufenthaltsort des Außerirdischen geben im kabel eins-Programm Animated Inserts und Moderationen sowie Tipps auf der Online-Seite [www.aliengesucht.de](http://www.aliengesucht.de). Am Ende der Aktion gewinnt der User, der mit seiner Nadel dem versteckten Alien am nächsten gekommen ist. Facebook-Nutzer können sich ganz leicht über das Alien-Versteck austauschen: jedes Mal wenn eine Nadel gesetzt wurde, kann der Spieler eine Information per Statusmeldung an seine gesamten Freunde bei Facebook schicken.

On Air machen 30-sekündige Trailer bei kabel eins und in der Crosspromotion in SAT.1 und auf ProSieben auf die Aktion aufmerksam. Online wird die digitale Suche auf allen Plattformen der ProSiebenSat.1 Media AG sowie auf Facebook beworben.

Klaus Proff, Head of Digital Strategies & Documentaries in der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH: „Mit der Alien-Suche haben wir ein Tool entwickelt, das zum einen die Sci-Fi-Programmierung bei kabel eins optimal flankiert und in die Online-Welt verlängert und zum anderen neue Wege der digitalen Vernetzung geht. Ich freue mich, dass wir dafür so einen starken Partner wie Microsoft gewinnen konnten.“

Die Kampagne wurde On Air und Online von Karen Kujawa und Annika Gottgetreu umgesetzt. Von Marketing-Seite zeichnet Martina Barth und Stefan Ladwig (alle ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH) verantwortlich. Die Entwicklung und Projektleitung lag bei Sebastian Krüger (Redakteur Digital Strategies ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH).

#### **Kontakt:**

kabel eins Fernsehen GmbH  
Daniela Allgayer-Koreimann  
Kommunikation/ PR  
Tel.: 089/9507-2148  
[Daniela.Allgayer-Koreimann@kabeleins.de](mailto:Daniela.Allgayer-Koreimann@kabeleins.de)